

УДК 658.7

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО  
МЕНЕДЖМЕНТА С ДРУГИМИ НАУКАМИ  
INTERACTION OF LOGISTICS MANAGEMENT  
WITH OTHER SCIENCES

Окулич С.В., Потягова А.Э.

Научный руководитель – Дирко С.В., канд.  
экономических наук Белорусский государственный  
экономический университет, г. Минск, Беларусь  
[sok9230@gmail.com](mailto:sok9230@gmail.com)

Okulich S.V., Potyagova A.E.

Supervisor - Dirko S.V., Ph.D. Economic Sciences Belarusian  
State Economic University, Minsk, Belarus

*Аннотация. Взаимоотношения логистического менеджмента, менеджмента и маркетинга весьма дискуссионные. В данной работе описана взаимосвязь логистического менеджмента с приведенными выше науками, а также основные точки их соприкосновения.*

*Abstract. The relationship between logistics management, management and marketing is highly debatable. This paper describes the relationship of logistics management with the above sciences, as well as the main points of their contact.*

*Ключевые слова: логистический менеджмент, финансовый менеджмент, производственный менеджмент, маркетинг.*

*Key words: logistics management, financial management, production management, marketing.*

**Введение.**

Существуют различные точки зрения: логистика - это часть маркетинга; маркетинг - это часть логистики; логистика и маркетинг принадлежат к различным сферам; логистика и маркетинг имеют общие сферы.

Рассмотрим, как взаимодействует логистический менеджмент с маркетингом, с финансовым и производственным менеджментом.

### **Основная часть.**

Как известно, логистический менеджмент на предприятии должен осуществляться в соответствии со многими принципами. Среди них можем выделить 3 основных: синергетичность, динамичность, комплексность. В соответствии с этими принципами достижения хороших результатов и постоянного развития деятельности организации можно добиться только при слаженной и согласованной работе всех звеньев логистической системы, что предполагает их обязательную взаимосвязь. Точно так же для более качественного управления логистической системой просто необходима взаимосвязь логистического менеджмента с другими науками и их функциональными областями. В качестве особенности логистического менеджмента, как по оперативным (тактическим), так и по стратегическим задачам и целям выделяется его связь с каждой функциональной областью менеджмента (информационного, кадрового, производственного, инвестиционного, финансового, инновационного) в процессах производства, управления закупками материальных ресурсов, а также сбыта готовых товаров. Рассмотрим каждое из взаимодействий.

Маркетинг и логистический менеджмент взаимодействуют между собой в основном в системе сбыта (дистрибуции) компании, причем первый, отвечая за процедуры физического распределения готовой продукции, играет важную роль в организации продаж. В некоторых случаях физическое распределение может быть ключевым элементом и критическим фактором реализации маркетинговой стратегии и тактики продаж. Тесно взаимосвязаны маркетинг и логистика (логистический менеджмент). Взаимоотношения логистики и маркетинга предприятия дискуссионные. Существуют различные точки зрения: логистика - это часть маркетинга; маркетинг - это часть логистики; логистика и маркетинг принадлежат к различным сферам; логистика и маркетинг имеют общие сферы. И каждому из представленных выше соотношений имеется вполне логичное объяснение. По мнению многих исследователей, логистику, логистический менеджмент и маркетинг целесообразно считать самостоятельными

науками, видами деятельности, которые имеют как общие, так и индивидуальные для каждой из них сферы. На предприятии логистическая и маркетинговая системы имеют общую сферу функционирования. Задача разработки товарной и ценовой политики, организации сбыта должны решаться специалистами по логистике и маркетингу совместно. Определенный маркетинговой стратегией ассортимент может изменить структуру логистических цепей, виды транспортных средств и способы транспортировки. Это может привести к изменению затрат на логистику и цены товаров. Взаимодействие маркетинга и логистики может быть также представлено в виде взаимосвязи маркетингового и логистического миксов с целью удовлетворения требований потребителей. Прямая взаимосвязь существует по таким составляющим маркетингового комплекса, как продукт, место и цена (расходы). Ассортимент определяет маркетинговая стратегия предприятия, товарный ряд влияет на структуру логистических цепей распределения, уровни запасов, способы грузопереработки, транспортировки, упаковки и т.д.

Затраты на складирование, грузопереработку, транспортные расходы влияют на цены товаров. Эффективная логистическая сеть создает возможности для своевременных поставок разрекламированных товаров, привлечения торговых посредников и покупателей. Поэтому решения в сфере маркетинга должны быть согласованы с логистическим менеджером. Руководствуясь концепцией маркетинга, специалисты предприятия создают, стимулируют спрос, а при использовании концепции логистики в них появляется возможность удовлетворить его с минимальными логистическими затратами.

Интеграции маркетинга и логистики проявляется и в стратегическом менеджменте в процессе формирования интегрированной структуры маркетингово-логистической сети и обоснование маркетингово-логистических стратегий. Так, например, при формировании маркетинговой стратегии необходимо разделить рынки на сегменты, чтобы выделить группы потребителей по требованиям в сфере логистического сервиса.

Таким образом, стратегия маркетинга должна быть интегрирована с эффективной стратегией логистики. Эффективность маркетинга влияет на эффективность логистики, а также логистического менеджмента, и наоборот. Логистический менеджмент и маркетинг имеют общую цель, но их задачи различны, при этом на первый план выходит не разделение функций этих двух областей, а, наоборот, их тесное сотрудничество.

Взаимодействие логистики с операционным менеджментом проявляется в поддержке логистикой производства (например, управления внутрипроизводственными заказами, запасами ресурсов, транспортом) и управлении логистической деятельностью в поставках ресурсов и реализации готовой продукции.

Взаимодействие логистики с инвестиционным и инновационным менеджментом направлено на учет изменений, связанных с введением новых технологий в производство, а также решением проблем технического и технологического обеспечения деятельности в логистике и логистическом менеджменте. Взаимодействие логистического и финансового менеджмента – это про определение объема оборотного капитала, который необходимо вложить в запасы и его оборачиваемость при управлении логистическими затратами, принятие решений о закупке оборудования для обеспечения самых различных логистических процессов. Взаимосвязь логистики с системой бухгалтерского учета и отчетности отчетливо выражается выделением из общей суммы расходов логистических затрат. Менеджмент персонала и логистический менеджмент, в свою очередь, связаны размещением, обучением, стимулированием персонала в звеньях логистической системы, формированием системы взаимоотношений по координации между работниками различных подразделений предприятия.

### **Заключение.**

Таким образом, можно сделать вывод о том, что логистический менеджмент, как и логистика, интегрирован с основными функциональными сферами бизнеса и коммерческой деятельности в достижении общих целей. Основу успешной деятельности предприятия составляют принципы, предполагающие высокую степень согласованности участников товародвижения.

## Литература

1. Сергеев, В.И. Логистика в бизнесе: учебник / В.И. Сергеев. - М.: Инфра-М, 2004. - 608 с.
2. Современный маркетинг / под ред. В.Е. Хруцкого. 3-е изд. перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 560 с.
3. Интернет ресурсы:
  - <http://www.cfin.ru/marketing/goldkat/8.shtml>
  - [http://edu.dvgups.ru/METDOC/FAK\\_MEGDUNAR\\_PROGR/DELOV\\_ADMIN/LOGISTIKA/METOD/RASPR\\_LOGIST/Logist\\_3.htm](http://edu.dvgups.ru/METDOC/FAK_MEGDUNAR_PROGR/DELOV_ADMIN/LOGISTIKA/METOD/RASPR_LOGIST/Logist_3.htm)
  - <http://business2business.ru/buy-sell/212-vzaimodejstvie-logistiki-i-marketinga.html>

Предоставлено 06.11.2022